

**FRESH  
AWARD**

**02**

---

**AUSSCHREIBUNGS-  
UNTERLAGEN 2020**

---

**DIE LEIDENSCHAFT**

## INHALT

<b>BrandEx Fresh</b> .....	<b>3</b>
Aufgabe, Einreichung, Deadlines.....	3
Aufbau, Umfang, Bewertung .....	4
<b>Briefing</b> .....	<b>6</b>
Hintergrund.....	6
Der Markt   Situation .....	6
Herausforderung Atout France.....	6
Aufgabenstellung .....	7
Budget.....	7

## BrandEx Fresh

### AUFGABE, EINREICHUNG, DEADLINES

#### Aufgabe

Eine existente Marke sucht für eine kanalübergreifende Live-Kampagne mit einem agenturüblichen Briefing: Deine Idee. Begeistere die hochkarätige Jury aus Kunden-, Agentur- und Medienvertretern mit deinem kreativen Talent und innovativen Kommunikationslösungen, die du in einem überzeugenden Konzept auf den Punkt bringst.

#### Ausschreibung und Einsendeschluss

Die Ausschreibung für den BrandEx Fresh Award startet am **01.05.2019**. Bis spätestens zum 30.09.2019 kannst du dein Konzept einreichen:

Sende uns deine vollständigen Unterlagen per Mail an **fresh@brand-ex.org**. Die 3 Nominierten jeder Kategorie werden nach Einreichungsende rechtzeitig über das Ergebnis informiert.

Einreichungen für den Nachwuchsaward sind **kostenfrei** und an keine Projektzeiträume gebunden.

#### Rebriefing

Ihr habt Fragen zum Briefing? Ihr braucht Hilfe bei der Einreichung? Folgt unseren Kanälen und erhaltet jeden **#freshfriday** wertvolle Tipps, Concept Hacks und alles, was ihr sonst noch wissen müsst.

#### Preisverleihung am 14.01.2020

Die BrandEx Fresh Jury ermittelt aus allen Einreichungen die besten Konzepte. Die Preisverleihung findet abends am 14.01.2020 in Dortmund statt, hier werden die Bronze-, Silber- und Gold-Platzierungen der jeweiligen Kategorie bekannt gegeben.

#### Wer kann teilnehmen?

Beim BrandEx Fresh gibt es zwei Einreicher-Kategorien:

#### Hochschulen | Best Fresh Students

Die Kategorie für alle Studierende mit Interesse an Brand Experiences. Ob design- und kommunikationsorientiertes, technisches, wirtschafts- oder geisteswissenschaftliches Studium: Wer sich für Event-Kommunikation, Markenarchitektur und -erlebnisse begeistert, kann hier sein kreatives und konzeptionelles Talent beweisen. Allein oder im Team mit max. 5 Teilnehmern. Benötigt werden lediglich die Immatrikulationsbescheinigungen.



BRAND  
EX

International Festival  
of Brand Experience

### Agenturen/Unternehmen und Freelancer | Best Fresh Juniors

Die Kategorie für Berufseinsteiger in Kommunikationsagenturen und Marketingabteilungen sowie Freelancer. Ausbildung oder Studium sind abgeschlossen, im Job geht es um die Kreation und Realisierung von Markenerlebnissen? Dann ran ans Profi-Briefing und auf zum nächsten Karriereschritt! Allein oder im Team mit max. 5 Teilnehmern. Benötigt wird eine Erklärung, dass man über maximal zwei Jahre Berufserfahrung verfügt und die Beschäftigungsbescheinigung des Arbeitgebers bzw. eine Erklärung der Freelancer, dass man maximal zwei Jahre als Freiberufler oder Selbstständiger (z. B. Gewerbeschein) arbeitet.

### BrandEx im Web

Alle Informationen rund um BrandEx gibt es unter [www.brand-ex.org](http://www.brand-ex.org) und in den sozialen Netzwerken:

Facebook: [www.facebook.com/BrandExFestival/](http://www.facebook.com/BrandExFestival/)  
Instagram: [www.instagram.com/BrandEx\\_Festival/](http://www.instagram.com/BrandEx_Festival/)  
Twitter: [www.twitter.com/BrandExFestival/](http://www.twitter.com/BrandExFestival/)

## EINREICHUNG | AUFBAU, UMFANG, BEWERTUNG

### Konzept | Format und Umfang

Das Konzept soll nicht mehr als 25 Charts umfassen (maximal 10 Charts im Anhang). Oftmals ist weniger mehr. Hauptsache du bringst deine Idee auf den Punkt.

### Konzept | Bewertung

Dein Konzept erhält in drei Bewertungskategorien Punkte:

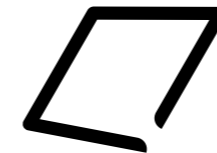
#### Konzeptkreation | 35 %

**Idee:** Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee. Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

**Innovationskraft:** Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Kommunikationstools (state of the art). Ist die Idee innovativ, vielleicht sogar richtungsweisend?

**Zielgruppenaffinität:** Passgenaue Ideen für die Zielgruppe. Emotionale Einbindung und Aktivierung der Zielgruppe (Mehrwert/Motivation) durch passende (inter-) aktive Maßnahmen.

**Stringenz (roter Faden):** Kreatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe.



BRAND  
EX

International Festival  
of Brand Experience

#### Konzeptrealisation | 35 %

**Markenkommunikation:** Wiedererkennbarkeit der Markenmerkmale erzeugen wirksam eine unternehmens- und markenadäquate Atmosphäre.

**Projektbestandteile/Aktionen:** Location, Kommunikation, Sponsoring, Projektplanung, ... wurden alle Auftrags- und erforderlichen Projektbestandteile umgesetzt?

**Begleitende Maßnahmen:** Zusätzliche Aktionen, die den Markenauftritt unterstützen (z.B. crossmediale Vernetzung, Online Verlängerung, Social Media Aktivierung, Besuchereinbindung, Follow up).

**Kommunikationskanäle:** Zielgerichtete Auswahl verschiedener Kommunikationskanäle und deren sinnvolle Vernetzung/Integration (z.B. Einladungsaktion, Aktivierung von SocialNetworks, nachhaltige Kommunikation).

**Organisation und Umsetzung:** Sind die Projektplanung (grober Projektzeitplan, Veranstaltungsablauf, Ressourcen, Logistik, etc.) und das kalkulierte Budget realistisch?

**Nachhaltigkeit:** Ob beim Teilnehmermanagement, bei den eingesetzten Materialien, in den Arbeits- und Projektprozessen etc. – Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, sozial wie ökonomisch) spielt bei der Konzeptplanung und -umsetzung eine immer wichtigere Rolle.

#### Präsentation | 30 %

**Konzept:** Erkennbarkeit einer eigenen visuellen und sprachlichen Handschrift. Klare Struktur, überzeugender Aufbau.

**Video und Präsentation:** Hierbei steht nicht die Visualisierung im Vordergrund, sondern die Übertragung der Inhalte: Kommen Sie kurz und knackig rüber? Wie verkauft sich der Präsentator? Sind Darstellung und Kommunikation innovativ?

### Sonstiges | Videobeitrag

Dein Konzept ist genial. Deine Präsentation ein Feuerwerk. Im Video begeisterst du die Jury mit deiner Idee und deiner inhaltsstarken Botschaft. In maximal 60 Sekunden - und ungeschnitten! Verwende bitte ein gängiges Videoformat. Dein Video sollte eine so gute Qualität haben, dass es im Januar zur Preisverleihung gezeigt werden kann.



BRAND  
EX

International Festival  
of Brand Experience

## Briefing

### Atout France – das Aushängeschild der Destination Frankreich in Deutschland

#### Hintergrund

Atout France ist die französische Zentrale für Tourismus. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Paris und unterhält zahlreiche Auslandsvertretungen in den unterschiedlichsten Märkten – darunter auch in Deutschland (Frankfurt a.M.). Die Aufgabe des Unternehmens ist im B2B (Business to Business) als auch im B2C-Bereich (Business to Consumer) sowohl das Image als auch die Wettbewerbsfähigkeit der Destination Frankreich zu fördern.

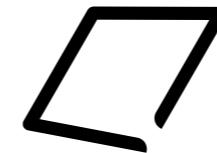
Zahlreiche Marketingmaßnahmen und Initiativen wie Werbekampagnen, Pressereisen, Messeauftritte, Events werden jährlich realisiert. Jedes der insgesamt 35 ausländischen Büros unterhält u. a. eine eigene Presseabteilung, welche sich für die Zusammenarbeit mit On- und Offline-Journalisten/-Medien zuständig zeigt. Weitere Abteilungen sind für Kampagnen im Marketing, in der Verkaufsförderung bzw. in der Werbung verantwortlich – allesamt mit dem Ziel, die touristische Vermarktung der Reisedestination Frankreich sowohl im eigenen Land als auch auf internationaler Ebene voranzutreiben. Das Büro in Frankfurt kümmert sich daher ausschließlich um die Belange auf dem deutschen Markt.

#### Der Markt | Situation

Ob im Gruppen- oder Individualtourismus: der Altersdurchschnitt der Reisenden steigt. Reiseveranstalter, die klassische Gruppenreisen nach Frankreich vermitteln, verkaufen Ihre Reise häufig an 50+ Teilnehmer. Die Popularität der Reisedestination ist bei Familien noch relativ konstant. Hingegen sinkt die Popularität deutlich in der Gruppe der Millennials (U30)! Die unter dreißigjährigen Touristen reisen vermehrt nach Spanien, Großbritannien bzw. Asien. Frankreich ist für die jüngere Generation nicht im „Relevant Set“ der Erstauswahl (berufliche bzw. private Beweggründe ausgeschlossen).

#### Herausforderung Atout France

Atout France steht unter staatlicher Kontrolle und funktioniert ähnlich wie ein öffentlicher Apparat, d. h. die Vermarktungs-Budgets sind nicht so hoch wie die von Unternehmen aus der Privatwirtschaft. Somit hat sich Atout France zur Aufgabe gemacht, Kooperationspartner aus den verschiedenen französischen Destinationen oder aus den unterschiedlichsten Bereichen zu suchen, die zur Marke Frankreich und zur Zielgruppe passen.



BRAND  
EX

International Festival  
of Brand Experience

#### Aufgabenstellung

Um die Zielgruppe treffender anzusprechen, sind verschiedene Projekte angestrebt, die sich aus verschiedenen Kommunikationskanälen zusammensetzen sollen. Es gilt eine integrierte Kommunikations-Kampagne mit dem Schwerpunkt „Live-Kommunikation“ zu entwickeln.

#### Die Fragestellungen der Aufgabe lauten:

- Wie kann man die Destination Frankreich in der Gruppe der Millennials attraktiv darstellen?
- Wie weckt man bei den Unter-Dreißigjährigen das Interesse für einen Urlaub in Frankreich (außer Paris)?
- Wie kann sich Atout France von den direkten Wettbewerbern mit einem eindeutigen Alleinstellungsmerkmal im Markt abgrenzen?

Bei der Bearbeitung der Aufgabe sollten die im Weiteren aufgeführten Kommunikationskanäle sinnvoll miteinander verknüpft werden.

1. Social Media Kampagne: Recherche und Einsatz der Atout France-eigenen Social Media-Accounts Facebook und Twitter, um Frankreich als Urlaubsziel bei den Millennials zu kommunizieren und die Events (Punkt 2) zu begleiten.
2. Realisation einer Event-Roadshow in drei deutschen Metropolen (Frankfurt a.M., Köln und Berlin wegen der guten Zug- und Fluganbindung zu Frankreich) mit größtmöglicher direkter Reichweite (Involvement Zielgruppe). Alleinstellungsmerkmal hier: Begeisternde und einzigartige Inszenierung zur Neukundenansprache, Leadgenerierung und Verbreitung in Social Media.
3. Entwicklung weiterer Marketingmaßnahmen mit möglichst geringen Streuverlusten.

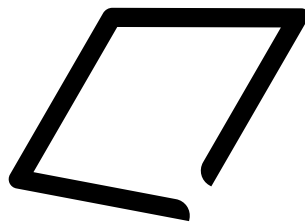
#### Budget

Das Gesamtbudget für die Aufgabe beträgt **150,000 Euro**.

#### Weitere Infos zu der Arbeit von Atout France unter:

- Unternehmensseite: <http://www.atout-france.fr/>
- B2C-Bereich: <https://de.france.fr/de>
- B2B: <http://de.meeting.france.fr>  
<http://www.bontour-frankreich.de/>  
(Beispiel: Geschäftstourismus & Leisure)

Eine Kontaktaufnahme mit dem Briefinggeber und/oder seinen Partnern ist nicht erwünscht.



**BRAND  
EX**

International Festival  
of Brand Experience

**KONTAKT**

BrandEx Büro

Tel.: +49 5242 9454-0 | [fresh@brand-ex.org](mailto:fresh@brand-ex.org)

**VERANSTALTER**

Messe Dortmund GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund

Tel.: +49 231 1204-521

[www.messe-dortmund.de](http://www.messe-dortmund.de)

Geschäftsführer: Sabine Loos, Christian Plothe